

Mein Foto-Shooting-Guide

Alles rund um mein Foto-Shooting

Von Simone Overbeck

1. Vor dem Shooting



Im ersten Schritt geht es um eine unverbindliche Angebotseinholung: Wie finde ich einen geeigneten Fotografen?

- Sie kennen bereits einen erfahrenen Fotografen? Nutzen Sie gern Ihren Kontakt! Eigeninitiative: Im Internet finden Sie regionale Dienstleister. Schauen Sie sich die Arbeiten der Fotografen an und lassen Sie auch Ihr Bauchgefühl mitentscheiden: Passt die Art der Fotografie zu mir?
- Schauen Sie in unsere Fotografen-Empfehlungsliste!
- Rufen Sie im Vertriebsservice Ihrer RD an und fragen nach einer Empfehlung.

Wenn Sie sich für einen Fotografen entschieden haben, eine Bitte: Nutzen Sie immer unser **Briefing!** Das Briefing hilft Ihnen bei der Angebotseinholung und beinhaltet für den Fotografen einen klaren Arbeitsauftrag.

Unsere Empfehlungsliste wächst von Shooting zu Shooting.

Fotografen, die bereits DEVK-Agenturen geschootet haben und durch die Zentrale qualitätsgesichert wurden, haben sich, mindestens einmal schon, bewährt! Schauen Sie in die Liste - vielleicht gibt es regional bereits einen Fotografen, den Sie anschreiben können?

Warum brauche ich ein Foto-Shooting?

Sie sind das regionale Gesicht der DEVK – stärken Sie Ihre Marke!

Sie können endlich selbständig Eigenmarketing betreiben: Mit professionellen Fotos können Sie schnell und einfach Ihre Präsenz steigern.

Mit aktuellen Fotos können Sie Ihre digitale Visitenkarte aufpimpen. Unterschätzen Sie niemals die Kraft eines guten Fotos und den des ersten Eindrucks.

Wie bereite ich mein Team und mich auf das Shooting vor?

- Gehen Sie rechtzeitig mit dem gesamten Team und dem Fotografen in die Terminfindung.
- Laden Sie den Fotografen auf einen Kaffee ein, so dass er die Gegebenheiten vor dem Shooting bereits gesichtet hat. Wahlweise: Ein Video per WhatsApp reicht sicher auch.
- Klären Sie, wer alles vom Team dabei sein soll und auch willens ist, fotografiert zu werden.
- Nehmen Sie sich für den Shooting-Tag ausreichend Zeit – alle Beteiligten sollten durchgehend anwesend sein.
- Erstellen Sie einen kleinen Ablaufplan und besprechen diesen mit dem Fotografen: Z. B.: Wer kümmert sich um spontan reinkommende Kundschaft oder um das Telefon? Wie und wann kann man eine kleine Mittagspause einplanen? Welche Fotos werden zuerst gemacht und wann wird das Shooting aller Voraussicht nach beendet sein etc.
- wichtiger Punkt für den Tag X: Die Agentur, die Fenster müssen aufgeräumt und sauber sein. Achten Sie auf reduziert gebrandete DEVK-Gegenstände auf Tischen und Wänden. Lieber gezielt die DEVK-Tasse zum Einsatz bringen als zu viele grüne „Störer“, die ein gutes Foto unruhig machen. Grund: Werbemittel werden in den meisten Fällen mit dem DEVK-Logo (plus Claim) gebrandet oder bekommen grüne Headlines oder Text im Allgemeinen auf das Bild gesetzt. Auch wichtig: Auf den Fotos sollen keine Jahreszeiten (-Deko) erkennbar sein.

Welchen Umfang soll mein Shooting haben?

Unsere Empfehlung: Die rot markierten Fotoausrichtungen sind Standard. Damit können Sie die meisten Werbemaßnahmen wie Anzeigen, Plakate, Mailings, Roll-Ups, Webseiten etc. bedienen. Authentischer werden die Bilder oft erst, wenn Moodfotos geschossen und somit Alltagssituationen eingefangen werden, die lebendige Szenen einfangen. Beispiele: Das Team steht zusammen und lacht über einen Witz, der Kollege kommt die Tür rein und wird vom AL begrüßt, ein Kunde streichelt den Agenturhund, eine Beratungssituation wird so echt wie möglich nachgestellt (bitte mit "echten" Kunden und nicht mit den Mitarbeitenden) etc. ...

- Portraits
- Freisteller-Fotos (KI/Green Screen)
- Ganzkörperfotos
- Teamfotos

- Agenturfotos innen / außen
- Moodfotos (Alltag, Beratungssituation, Social-like)
- Herausstellen von Alleinstellungsmerkmalen (z. B. „Agenturhund“, Lage der Agentur, Familienunternehmen etc.)
- Umsetzung individueller Ideen
- Social-Material z. B. in Form von kleinen Videos für Insta oder ein kleiner Imagefilm
- 360 Grad Agenturfilm

Sie entscheiden individuell in Ihrer Angebotsanfrage (E-Mail) an den Fotografen, welche Anforderungen Sie haben. Löschen Sie in der E-Mail an den Fotografen die Anforderungen, die Sie nicht brauchen!

Wie hole ich mir ein verbindliches Angebot ein?

Unser Briefing – Ihr Vorteil: Laden Sie sich unsere E-Mail-Vorlage (Briefing) für eine unverbindliche Angebotsanfrage an den Fotografen herunter.

- Das Briefing beinhaltet für den Fotografen alle wichtigen Informationen z. B. über unser Corporate Design oder die technischen Anforderungen an die Fotos, die z. B. für die Webseite tauglich sein müssen.
- Sie haben eine verbindliche Grundlage bei Unstimmigkeiten, wenn z. B. die vereinbarten Anforderungen nicht umgesetzt wurden.

Unser Tipp: Holen Sie sich mindestens 3 unverbindliche Angebote ein. Die Preis- und Leistungsunterschiede können enorm sein. Wenn Sie Hilfe bei der Angebotsprüfung brauchen, wenden Sie sich gern an Ihre Vertriebsservicegruppe.



2. Tag des Shootings – wie möchte ich mit meinem Team wahrgenommen werden?



Wie stelle ich meine Agentur positiv ins Licht?

Es gibt sicher einen Arbeitsplatz in Ihrer Agentur, der sehr schön ist oder eine Sitzecke, in der sich Ihre Kundschaft wohl fühlt. Vielleicht steht ein modernes Kaffeebrühgerät im Raum oder irgendein anderer heller freundlicher Bereich, wo man sich gerne aufhält. Die Agentur sollte authentisch bleiben, dennoch sind zu viele Störelemente wie z. B. ein Kalender im Hintergrund bei einem Team-Foto eher störend ... Deko-Elemente dürfen da sein, aber bitte mit Bedacht einsetzen. Gern auf "clean" setzen und auf "DEVK" im Hintergrund verzichten.

Welches Alleinstellungsmerkmal zeichnet uns aus?

Sind es Äußerlichkeiten?

Die extra Spielecke für Kinder oder Kundenparkplätze direkt neben der Agentur? Vielleicht sind es die besonderen Öffnungszeiten oder die besonders zentrale Lage der Agentur?

Sind es Menschen?

Das stets gut gelaunte Team, das Familienunternehmen, die Kompetenz eines Mitarbeitenden, der Agenturhund, der jeden freundlich begrüßt oder der gute Draht zu einer zuverlässigen Autowerkstatt?

Schenken Sie dem Shooting so viel Persönlichkeit und Einsatz wie es nur geht! Ein bisschen Posing und Selbstdarstellung ist am Tag des Shootings völlig okay und gut!

Ihre gute Vorbereitung zählt sich am Tag des Shootings aus!

Wissen Ihr Team und Sie, welche Erwartungen Sie an das Shooting haben – gibt es einen Nenner?

Kennen alle im Team den konkreten Auftrag an den Fotografen? Wissen alle von den Absprachen, die getroffen wurden? Unser Tipp: Das Briefing, das der Fotograf bekommen hat, sollten alle aus dem Team zu Gesicht bekommen haben. Einfach die E-Mail an den Fotografen an die Mitarbeitenden weiterleiten. Dieser Foto-Guide ist allerdings noch wichtiger für Ihr Team ...

Vielleicht findet sich im Team jemand, der ein Auge darauf hat, dass alle Ideen umgesetzt werden. So oder so ist es immer gut, wenn sich jemand bereit erklärt, die Abläufe im Blick zu behalten.

Noch ein Tipp: Schauen Sie sich immer mal wieder die Aufnahmen des Fotografen an, damit Sie frühzeitig eingreifen können, wenn die Fotos nicht Ihren Erwartungen entsprechen. Sie sind der Auftraggeber, der Fotograf der Dienstleister.

Die Kleiderfrage – was ziehen wir an?

Oberste Regel: Authentizität!

Überspitzt gesagt: Bitte keine „Verkleidung“. Kommen Sie in einem Look zum Shooting, in dem Sie sich wohl fühlen. Natürlich ziehen Sie einen Anzug und eine Krawatte an, wenn Sie sonst auch Ihre Kundschaft im Anzug und Krawatte empfangen. Ansonsten ist ein leichter Business-Look super, der Ihnen entspricht und den Sie individuell interpretieren dürfen.

Hier ein paar Beispiele:

- Polo-/T-Shirt, leichter Pulli auf Stoffhose
- Sakko/Blazer auf Jeans und weiße Sneaker
- Kleid, Rock oder Hose – Frauen ziehen an, worin sie sich wohl fühlen

Wichtig: Ihre Kleidung muss auf den Fotos das ganze Jahr über „funktionieren“. Tragen Sie bitte keine – klar erkennbare – Sommer- oder Winterkleidung.

Der Fokus liegt, gerade bei Teamfotos, auf den Farben Ihrer Kleidung! Harmonie und Einklang im Team lassen sich super über Farben transportieren. Alle Weißtöne, Pastellfarben oder zum Beispiel Hellgrautöne harmonieren bestens miteinander. Ein dunkles Sakko als Kontrast ist natürlich super – auch hier: Sprechen Sie sich im Team ab.

Tipp: Wechselwäsche macht ein Shooting lebendiger! Wir empfehlen, den (leichten) Business-Look vor allem für die Portraits-, Freisteller-, Ganzkörper- und Team-Fotos. Natürlich können Sie auch hier schon Ihre Alternativkleidung einsetzen, aber vor allem bei den lebendigeren Fotos, wenn Sie im Team zusammenstehen und Kaffee trinken oder auch in einem Kundengespräch fotografiert werden, ist Ihre authentische Berufskleidung die beste Wahl.

Abwechslungsreiche Fotos sind für alle neuen Werbemittel, wie z. B. den digitalen Agentur-flyer von Vorteil und hinterlassen einen spannenden Eindruck bei Ihrer Kundschaft.

3. Nach dem Shooting – was muss ich tun?



Fotos sichten und favorisieren

Der Auftrag an den Fotografen ist so ausgerichtet:

1. Das gesamte Shooting-Material wird Ihnen zur Verfügung gestellt
2. Sie gehen mit dem Fotografen und Ihrem Team in den Austausch und finden Ihre Favoriten-Fotos. Jeder im Team soll sich "schön" auf den Fotos finden.
3. Ihre Favoritenfotos werden durch den Fotografen – über einen von Ihnen generierten Link – in die Dialog-Plattform 3.0 in Ihre Mediathek in „Meine Bilder“ hochgeladen

Warum landen nur Favoriten-Fotos in der Mediathek und nicht das gesamte Shooting?

Die Mediathek ist kein Fotoarchiv und darf nicht „zugemüllt“ werden. Den größten Vorteil haben Sie, wenn ausschließlich Ihre „Besties“ in Ihrer Mediathek verfügbar sind. In der späteren Anwendung und Auswahl Ihrer Marketingaktionen werden Sie sehen, dass mit der Auswahl der Fotos die aufwändigste Arbeit bereits erledigt ist.

Hintergrund: Unser nahes Ziel ist es, dass Ihre Favoriten-Fotos automatisch gelabelt werden und den vorhandenen Marketingmaßnahmen (Assets) zugeordnet werden. Sie selbst müssen dann nicht mehr „prüfen“, ob das Team-Foto z. B. für eine Anzeige geeignet ist oder nicht. Diese Prozesse haben bereits im Vorfeld stattgefunden, so dass Sie jederzeit auf optimiertes und qualitätsgesichertes Fotomaterial zurückgreifen können.

Wie treffe ich die richtige Foto-Auswahl und finde meine Favoriten-Fotos?

Zuerst: Gehen Sie mit dem Fotografen in den Austausch. Er hat das Fotografen-Auge, auf das Sie sich verlassen können.

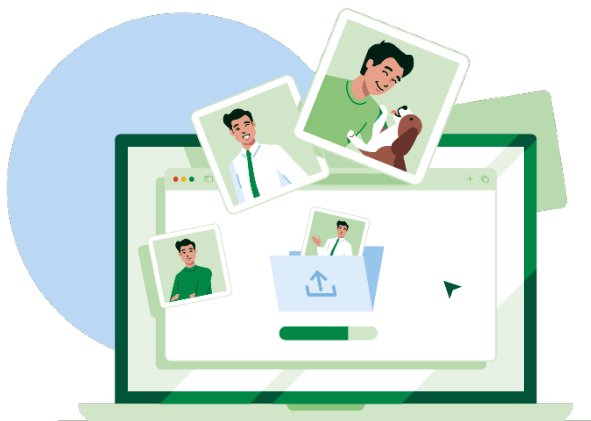
Nachdem die erste Säuberung von ungeeignetem Material durch den Fotografen stattgefunden hat, bekommen Sie das komplette Shooting-Material zur Verfügung gestellt. In welcher Form können Sie bitte mit dem Fotografen besprechen.

Anhand einer Bildergalerie (z. B. picdrop) können Sie und Ihr Team die Favoriten-Fotos kennzeichnen. Jeder im Team sollte mit seinen persönlichen Aufnahmen zufrieden sein. Denken Sie daran, dass Sie als Agenturleiter bei der Auswahl (Anzahl) der Fotos durchaus mehr Präsenz haben dürfen.

Schlüsselaussage: Aus allen Szenen, die fotografiert wurden, suchen Sie nun Ihre Favoriten-Fotos aus. Wir brauchen keine Serienfotos in der Mediathek, die kaum Varianz in Haltung, Kleidung, Team-Konstellation, Hintergrund oder Gesichtsausdruck zeigen.

Das kann dazu führen, dass z. B. nur 1 oder 2 perfekte Portraitfotos hochgeladen werden und das ist völlig okay!

4. Fotos in die DEVK-Dialog hochladen



Bitte beachten Sie, dass Speicherplatz endlich ist! Das Hochladen je Bilddatei ist auf maximal 30 MB begrenzt.

Es gibt zwei Möglichkeiten Bilder in den Bereich "Meine Bilder" in der Dialog-Plattform hochzuladen:

Variante 1

Bilder selbst hochladen:

1. Klicken Sie auf **Meine Inhalte** in der Hauptnavigation (rechts)
2. Klicken Sie auf **Meine Bilder**
3. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Bilder hochladen**
4. Klicken Sie auf **Eigene Bilder**

Variante 2

Bilder durch Ihren Fotografen hochladen lassen:

1. Klicken Sie auf **Meine Inhalte** in der Hauptnavigation (rechts)
2. Klicken Sie auf **Meine Bilder**
3. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Bilder hochladen**
4. Klicken Sie auf die Schaltfläche **Bilder anfordern** und geben Sie die E-Mail-Adresse Ihres Fotografen an.
5. Der Empfänger der angegebenen E-Mail-Adresse erhält eine E-Mail mit einen Uploadlink, der zum externen Uploadbereich der Dialog-Plattform führt.

5. Prüfung und Freigabe



Der Fotograf hat die Fotos hochgeladen – finale Qualitäts-Sicherung (QS) erfolgt durch die Zentrale.

Alle Fotos – egal, ob aus einem Shooting oder privat hochgeladen – werden QS geprüft und Ihnen erst nach Freigabe abschließend unter Meine Fotos zur Verfügung gestellt.

6. Individuelle Inhalte erstellen



In den nächsten Monaten stehen Ihnen immer mehr Werbemöglichkeiten zur Verfügung! Sie können schon mal mit dem neuen digitalen Agenturflyer anfangen oder mit einem Roll-Up, das vielseitig und immer wieder einsetzbar ist!



Bei Fragen immer gern melden – viel Spaß und Erfolg!

Ihre persönliche Ansprechpartnerin:

Simone Overbeck

Telefon: 0221 757-1814

E-Mail: meinefotos@devk.de